Breve exercício de história visual

(As fotos de reclamos do "Almanaque do Ceará ," 1936)

EDUARDO CAMPOS*

Mesmo sem chegar a exagero de aceitar que uma foto vale mais de mil ou dez mil palavras, em verdade a figura, ou figuras, memorizadas por câmara e definidas em reprodução fotográfica, têm sempre muito a dizer.

A esse respeito, com objetiva pontuação didática, o Sr. John Collier, em 1967, escreveu instigante obra a que denominou: "Antropologia Visual: A fotografia como Método de Pesquisa", onde ensina como fazer a "avaliação bastante mecânica e direta dos elementos materiais e ajustes culturais" disponíveis em fotos, exercício de verificação não-verbal, entenda-se, interpretação que pode melhorar com a "relação de nosso sentido do padrão geral da cultura familiar com todos os níveis dados aproveitáveis da pesquisa". (p. 108 da tradução brasileira, publicada em 1973 pela Editora da Universidade de São Paulo).

Essa rápida introdução, à guisa de esclarecimento ao leitor, decorre diretamente da coleção de fotos, que, de modo inesperado, vou deparar, usadas em mensagens publicitárias, todas sob mesmo modelo de divulgação, e insertas no " Almanaque do Ceará", publicação entregue ao público de Fortaleza, para 1936.

Sem dúvida, essa a primeira averiguação, a falta de condições de elaboração mais técnica na estruturação desses apelos comerciais formatados como mensagens de "venda' de serviços de profissionais - e nesse caso para a promoção de dentistas e também de médicos -, a foto do anunciado aproveitada como "imagem" ou " testemunho" da qualidade do " produto" pretendido "vender".

A Fortaleza desses idos, como se sabe, cumpre com bastante ênfase a moda do uso de chapéu, tanto por senhoras como por

* Sócio Efetivo do Instituto do Ceará.

cavalheiros. Há estabelecimentos comerciais, chamados ateliês, que se incumbem de guarnecer as senhoras de chapéus elegantes. E os homens, via de regra, usam com freqüência, até para ir ao trabalho, artefatos que podem ser de massa ou de palhinha.

No caso específico dos reclamos que vimos observando, veiculados no "Almanaque do Ceará" , para 1936, a ausência de elementos elucidativos ou simplesmente complementares das fotos divulgadas é total.

Mas por diante, por exemplo, a foto de Décio Silva Thé, farmacêutico, utilizada para ilustrar o anúncio do estabelecimento comercial que dirige ("Farmácia Mota"), está diretamente amparada por legenda que define , sem dúvida, a razão da opção pelo retrato. Aí provada, nessa circunstância, que o Sr. Décio Silva Thé, não é um profissional qualquer, vamos dizer, prático (o que vale dizer não diplomado), mas cidadão com diplomação superior obtida em escola oficial (Faculdade de Farmácia e Odontologia do Ceará, em 30 de dezembro de 1920.

Dado importante a confirmar a importância da divulgação pública da habilitação do profissional própria de época, a que nos prende a atenção por agora, não admitida faltasse ao farmacêutico, nessa circunstância, retrato mais atualizado, tal o número de estúdios de arte fotográfica existentes na cidade, quais Foto Sales, J. Ribeiro, Foto Brasil, Aba film, Foto Elite, Foto Caboclinho, Foto dos Amadores e Foto Gomes,.

Sob essa mesma análise, vem hora de comentar o anúncio do Dr. Raimundo Santos, que, em minha infância (em 1938, estava em meia idade) me acudia em tratamentos dentários. A foto do mencionado e conceituado dentista, aproveitada para ilustrar o reclamo naquele almanaque, como referido em texto, é do dia da formatura , ocorrido em 1919.

A seu turno o Dr. Edgar Guilhon (igualmente dentista) utiliza a foto de diplomado, informando na mensagem publicitária haver colado grau em 1918 pela Faculdade de Odontologia de Juiz de Fora..."

Nesse exercício de interpretação do significado das fotos desses reclamos, no que toca ao uso do indumento de colação de

grau dos que se anunciam , fica evidenciada a intenção de chamar a atenção para o profissional habilitado, em face da concorrência – não explicitada – de dentistas práticos, que, em Fortaleza, por exemplo, eram os que mantinham consultórios, os não diplomados Durval Cavalcanti, Joaquim Carneiro, Manuel Arruda, Marino de Albuquerque e Orlando Vasconcelos. (ver "Almanaque do Ceará, 1936, p. 363. No interior do Estado, segundo a mesma fonte, prestavam serviços à população vinte e quatro dentistas práticos. .

Mas o uso de fotos, em mensagens publicitárias, em que se exibem comerciantes pousando de chapéu, também despertam a nossa atenção... exatamente por esse detalhe, pois a maioria das peças publicitárias apresenta os personagens, em geral donos das próprias casas de negócios, sem esse complemento de vestuário.

Mas surpreendentes mesmo os anúncios nos quais a imagem dos que "vendem" serviços profissionais (principalmente de ordem médica) são mostrados em trajo de colação de grau. Desse modo, de exemplos, a propaganda do cirurgião-dentista (Tancredo Carvalho) e, como vem a ser o caso, de igual feição, do Dr. Moura Filho, médico.

Do total de peças publicitárias (ao redor de 80) insertas no "Almanaque do Ceará", editado em 1935, a valer para o ano de 1936, pelo menos 70, trazem a efígie dos patrocinadores dos seus respectivos reclamos, estando de chapéus cinco, e, em uniforme de formatura, mais oito desses, e em maioria, dentistas.

Fica evidente, a uma primeira leitura dessas peças, a caracterização de "prova testemunhal" imposta aos leitores do almanaque com a apresentação valorizada da foto dos anunciantes, profissionais que não "vendem" apenas serviços ou objetos (quando comerciantes) mas a própria postura, maneira de vestir, um quer que seja de respeitabilidade (ou autenticidade) assim repassada nessa circunstância.

Dizer dessa forma não explica tudo, imaginamos. Por trás da figuração "não verbal" desses curiosos personagens poder-se-á, em alguns casos, adivinhar um clima de prevalecente posicionamento sociocultural. A reforçar essa impressão, à página VI do almanaque, pode-se deparar o retrato do Dr. Rui de Almeida Monte,

então Secretário dos Negócios da Fazenda, compondo sua imagem com insólito chapéu, circunstância que o diferencia dos demais companheiros de administração do governo.

De repente, a desejo de fazer a leitura interpretativa das imagens acima mencionadas, somos levados a perceber que deparamos sério problema de análise, para o qual já nos advertia John Collier Jr.: "A Fotografia perde em valor para a pesquisa, quando não podemos captar os quatro lados de um recinto, ou o panorama de uma comunidade. Quanto mais elementos pudermos (grifado no original) relatar, enumerar ou qualificar, mais rica se torna nossa compreensão dos fragmentos culturais." (o.c). p. 165).

A que ponto desejamos chegar com essas considerações?

Em verdade à averiguação da importância da releitura de velhas fotos, com a possível identificação de sentimentos do indivíduo inserto em dado instante no contexto cultural de sua própria coletividade, providência que, ao passar dos anos, não o fará excluído, das preocupações dos pósteros, que em última instância, por agora, somos nós..

A tanto estamos outra vez voltando a repisar conceitos expendidos por John Collier Jr.: "A arte fotográfica é um processo da abstração legítima na observação. É um dos primeiros passos na expressão mais apurada da evidência que transforma circunstâncias comuns em dados para elaboração na análise de pesquisa. As fotografias são registros preciosos da realidade material." (Ob. Cit., p. 7). Não só de cunho material, aduzo.

O exemplo do detalhe de ilustrações de profissionais, figurando em peças de publicidade com o indumento de já passada e distante solenidade de colação de grau, remete-nos a um visível posicionamento de valorização e defesa da classe de profissionais considerados realmente habilitados para o exercício profissional, em sociedade, situação que os privilegia diante da concorrência dos não diplomados, para eles os indesejáveis práticos, concorrentes no então rarefeito mercado de prestação de serviços no local.

Fotos de pessoas, isoladas ou em grupos, quer aplicadas em reclamos, quer apropriadas para a valorização de notícias de acontecimentos sociais, não de raro deparados em revistas e jornais,

de ontem, ou resgatadas a velhos álbuns, a toda certeza podem transcrever irreveladas informações a respeito do quotidiano passado, atitudes e até sentimentos decorrentes do relacionamento profissional, ou da própria convivência social, pública.

Não posso explicar, tenho-me consciente, e espero que outro avaliador com melhores condições que as minhas, o faça, a razão do pretensioso chapéu, se assim posso mencionar, na cabeça do Dr. Rui de Almeida Monte, prestigiosa autoridade no governo de Menezes Pimentel, no Ceará, em 1936.

Arrisco avaliação pouco convincente, admito. Não seria o Dr. Rui Monte um tradicional maçom do Ceará? Não estaria ele, em se apresentando com aquele chapéu que posso dizer emblemático, a desejo de passar à opinião de seu contemporâneos a averiguação da posição de prestígio alcançada em administração de católico convicto, Menezes Pimentel, na condição de maçom?

E por quê? Vem hora de esclarecer. O chapéu exibido na foto é tal qual o que, ainda hoje, é parte do indumento do maçom em Fortaleza, por ocasião de comemorações especiais.

Outras razões, possivelmente de exibicionismo ou vaidade, podem ser identificadas por exemplo em fotos do comerciante Augusto Saliba, de chapéu, apregoando as vantagens da " Camisaria Augusto"; de Thomaz Pompeu de Arruda, cioso também do chapéu que exibe, na mensagem de vendas da "mercearia de primeira ordem", de que é proprietário; ou do conhecido Raimundo Guilherme Santos ("Dico") , dono da " conhecida e conceituada Loja Crysanthemo..."

Como vê o leitor mais encorajado à aceitação dessas idéias, há de verdade muito de história não verbal, ou pelo menos, de sugestões, a ser extraído da considerável coleção de personagens do nosso rico patrimônio fotográfico.

Fotos de reclamos do "Almanaque do Ceará ," 1936

Foto 1 - Na galeria de autoridades maiores do Estado, a começar do Governador Francisco de Menezes Pimentel, tem-se na revista fotos do Dr. José Martins Rodrigues (Secretário dos Negócios do Interior e da Justiça, e do Dr. Rui de Almeida Montes, o único de chapéu. Com chapéu assemelhado, em anúncios, também o Sr. Raimundo Guilherme Santos, comerciante, Thomaz Pompeu de Arruda e Augusto Saliba, homens de negócios.

Foto 2 - O retrato de Tancredo Carvalho, em medalhão, está centrado em anúncio em que se lêem as informações: "cirurgião-dentista, formado pela Faculdade de Medicina de Recife". Não aludido o ano da colação de grau. No mesmo texto a indicação do horário de atendimento: de 9h às 11h30min e de 15h às 17h30, portanto duas horas e meia, tanto de manhã como de tarde, tempo bastante reduzido. A regra da disponibilidade de horário parece valer para todos , mesmo para os que prestam serviços à noite, e, no caso, o Dr. Ataliba Barroso, que está no consultório das 19h às 21h.

Dr. Edgar Guilhon
CLINICA E CIRURGIA DENTARIA
Diplomado em 1918 pela Faculdade de Odontologia da cidade de Juiz de Fóra, Estado de Minas Geraes
Gabinete: — Altos da Casa Maranguape, sala n. 3, Praça do Ferreira, esquina da Rua Floriano Peixoto n. 690
Das 8 ás 11 e das 14 ás 16
FORTALEZA

Foto 3 - Típico reclamo de médico ou dentista em 1936. Em outros anúncios há informações particularizando o atendimento. O Dr. Raimundo Santos marca "preços de acordo com o trabalho"; o Dr. Odilo Saboia Jorge de Sousa, "só atende por hora reservada"... O Dr. Astrogildo Fontoura trabalha com "horas reservadas de 13 às 17".